

attualità

Saggi in libreria

Storia dei talk, dall'apogeo alla crisi

Nel libro *La macchina della parola* il sociologo Christian Ruggiero racconta la nascita e l'evoluzione dei talk show, un format che sta accompagnando le nostre serate televisive da più di 30 anni

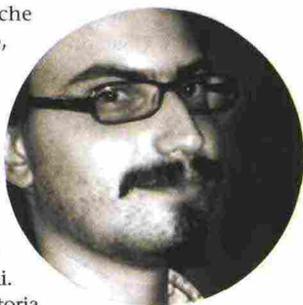
Iva Oberto



Un talk show è un sistema comunicativo complesso, ma gratta gratta, la sua natura profonda è semplice: siamo di fronte alla parola che si mette in scena, che si fa spettacolo. In un talk, gli attori, il conduttore, gli ospiti e il pubblico in studio o collegato in esterna hanno tutti a che fare con il discorso e la parola. Parte da qui il sociologo Christian Ruggiero per condurci dentro l'universo colorato dei talk con il suo saggio *La macchina della parola. Struttura, interazione, narrazione nel talk show* (Franco Angeli Editore, 2014, pag 128, euro 16).

A prima vista, nel suo svolgersi, un talk show sembra incoraggiare una certa confusione delle categorie con le quali approcciamo la realtà, tanto da indurre qualche analista a sostenere come queste trasmissioni facciano male al pubblico a casa. Ipotesi prontamente smentita da Christian Ruggiero, il quale ricerche alla mano controbatte che le questioni sollevate in studio in realtà rinforzano gli strumenti di giudizio critico e morale, piuttosto che indebolirli. Del resto, vivendo ormai da anni nella post-modernità non dobbiamo aver paura della cascata di informazioni in pillole, del sovraccarico di stimoli e della logica della performance che guida queste trasmissioni.

I talk hanno una storia lunga. Pescando nel ricco archivio di studi dedicati al tema



Il sociologo
Christian Ruggiero

Ruggiero estrapola definizioni, delinea tipologie, stabilisce analogie e differenze tra modelli eterogenei. Le citazioni si sprecano, si passa dal mitico *The Tonight Show* condotto da Johnny Carson al *Maurizio Costanzo Show*, dal *The Oprah Winfrey Show* al meno conosciuto *Kirloy* in onda sulla BBC dall'86 al 2004. Da noi il talk si diffonde con ritardo rispetto ai paesi anglosassoni, ma poi esplose alla fine degli anni '80 dando il via alla telepolitica, il genere dominante della Seconda Repubblica, che radicalizza le tendenze al collateralismo o all'antagonismo arrivando a contrapporsi interamente allo spazio pubblico della politica stessa.

Tagli e tipologie diverse

Un capitolo ad alta densità sociologica viene dedicato alla struttura dell'interazione; l'analisi del testo, la costruzione del setting (il salotto, la piazza, lo studio tv), le competenze dello spettatore. In Italia spiccano tre tipologie di talk: i salotti di Costanzo e Vespa, i "faccia a faccia" de *Il Fatto* e di *Mixer* che puntano sul carisma di Biagi e Minoli, e la *Piazza* di Santoro, bravo a orientare opinioni e selezionare temi,

ma incapace di offrire una rappresentazione non esacerbata del conflitto.

Negli anni il "faccia a faccia" perde smalto, ci dice Ruggiero, a vantaggio dei format che puntano su arena e salotto: ma questo era vero sino a ieri perché oggi anche questi modelli sono in crisi.

Negli anni 2000 cambia tutto: Floris, con *Ballarò*, inaugura il filone della politica pop, i palinsesti sono sempre più densi di trasmissioni fatte di sole parole. Abbondano i programmi di infotainment che hanno come oggetto i politici e la politica come puro spettacolo. L'imperio dell'ibridazione genera modelli spuri, con trasmissioni satiriche come *Striscia* e *Le Iene* che assumono la funzione di watchdog, mentre gli approfondimenti impegnati diventano complementari alla programmazione leggera. Gli stessi comici diventano dei mediatori, forse gli unici affidabili, per dare un senso ai processi di socializzazione politica che ormai oscillano tra informazione e divertimento. Ma la spettacolarizzazione della politica ha generato dei mostri che prendono in contropiede perfino Ruggiero. Infatti, la sua analisi termina prima che il genere entri nel tunnel di una crisi che ad oggi non presenta nessuna via d'uscita. **Eurosat**